



「应季」 节点营销招商方案

以共时达共识



今年过节不收礼，



01 Background: 节点 = 倍数放大器

为什么要放大节点：节点 = 倍数放大器



共识场

每个国民节日、时刻
都是情绪共鸣器



注意力高峰

天然流量高地
信息易入心智



杠杆效应

有限预算撬动
更大曝光和记忆

02 Why us: 央视网 = 撬动节点营销的关键者

关于央视网

“

央视网是中央广播电视总台主办的中央重点新闻网站
拥有多终端照业务资质的大型互联网文化企业。

”

- 央视网以建设中国网络媒体领军者和全媒体综合服务国家队为目标。
- 以“新主流、智平台、全媒体”为战略方向。
- 聚焦“新闻+政务服务商务”，致力做党的声音的网络传播者、人民美好生活的视听服务者、经济社会发展的产业助力者。



中央重点新闻网站

新闻为基·主流声音



总台新媒体机构

内容为王·权威发声



多场景多屏幕覆盖

全屏覆盖·无处不在



全媒体全矩阵触达

账号矩阵·海量用户



新闻+政务服务商务

媒体资源·全面服务

身份优势：央视网天然绑定国民大节日、大事件

每个重大节点，央视网都是“官方第一现场”

十一出游有乐事！

“五一”假期首日，大家都去哪里了？

重大新闻：……

清明时节雨纷纷

端午节

总台网络春晚全节目单官宣！

亚冬会：中国队首金！

突发新闻！……

2025全国两会召开时间来了！

元宵节

二月二龙抬头

中国品牌日：
品牌·焕新·消费

权威+社交双通道：既有央媒公信力背书， 又能在微博/抖音/小红书等矩阵扩散

“
1门户+5终端+2矩阵
覆盖全球超22亿人次
”



“
海内外社交媒体矩阵
累计粉丝数量近6亿
”

- 其中国内总粉丝数量4.53亿
- 海外总粉丝数1.29亿

”

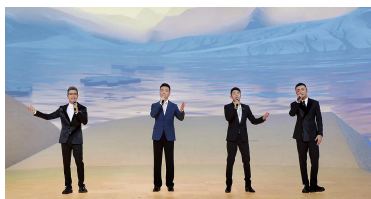
独家优质资源协同，打造别家难以企及的「节点放大」

强势 IP



打造具有总台特质、年轻态、
“破圈”效应的网络文化精品
16次获得中国新闻奖

人员资源



名记者、名主播、名编辑
知名导演、制片人、策划撰写、后
期制作等全流程专业拍摄团队
2000余名全职视频创作人员

独家资源



聚合“政、产、学、研、媒”资源
构建“内容+平台+技术”的
全媒体综合服务生态

合作策略

CCTV 央视网
com

国 民 时 间 点



社媒全域宣发

多方声量共振

- **品宣：**央视网PC端、移动端、社媒平台账号多端宣发，引多方二次传播
- **市场：**品牌配合宣推，实现传播力向消费力的高效转化

国家级新媒体平台以优秀的
视频能力，带动国民情绪

赋权品牌价值

权威背书

CCTV 央视网
com



品牌



独家优质资源协同

长效增益品牌价值

- **生意：**央视网战略协同稀缺资源，驱动品牌生意可持续增长
- **资产：**合作内容沉淀为品牌资产，延长传播周期

03 How: 节点不同 玩法各异!

三维建构

整体策略：（正确的时间 × 独家资源 × 优质内容）^{央媒公信力指数}

多维度 ↓ 探会

调动 ↓ 情绪

深度 ↓ 定制

营销节点



行业大会



消费节点



国家大会

传播动作

行业标杆 + B2B背书

《糖酒生意场》深度解读
《重生之我在成都赶集》
趣味短片、直播

调动国民情绪 + 消费动能放大

元旦情绪短片「这一份礼物刚刚好」
春节态度短片「光影里的年」

创意融合，与时共振

两会特别企划 - 定制视频

品牌权益

视频展播
产品露出
对话品牌高层
专家解读

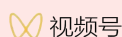
创意植入
线上互动
线下福利
双线叙事

央媒牵头引共鸣
知名运动员
达人短代权益

惊喜联动
非遗资源
深度定制
衍生活动

根据品牌特性
全面解读
产品软植入
重要画面同框

多终端平台



过完春节过春糖

CCTV 央视网
com

行业大会

大会即大秀 品牌好舞台

适用节点：糖酒会 | 中国品牌日 | 链博会 | ……

适用打法：行业标杆 + B2B背书

适用合作：探展、探会、访谈

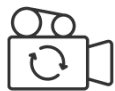
春季糖酒会 特别企划 - 深度解读篇

探会短视频



节点定位：春季糖酒会，2026 年 3 月 26 日至 28 日

B端深度：行业趋势风向解读



视频IP：《糖酒生意场》深度解读

视频时长：约5分钟，精切2-3分钟

视频内容：一次政策、资本、渠道、媒体的交汇融合

- **内容重点：**央视网对话专家、学者，解构行业趋势、渠道逻辑。深度走访头部企业展位，以接地气的方式输出企业观点，树立行业**标杆**形象。

让看展不止「看展」，而是**定义品牌价值**



权益展示

CCTV.com 央视网

探会短视频

*权益展示仅供参考，以实际执行为准



先发制人 | 预告视频可展播



动线探会 | 展位实探



权威背书 | 对话专家学者



产品露出 展现品牌实力



LOGO露出 记录精彩一刻



品牌代表阐释品牌精神

春季糖酒会 特别企划 - 趣味短片、直播

探会短视频



节点定位：春季糖酒会，2026 年 3 月 26 日至 28 日

C端触达：爆品孵化跷跷板



视频IP：《重生之我在成都赶集》趣味短片、直播

视频时长：约2-3分钟/期

可同步线上直播，直播时长不超过1小时

一次好看、好听、好玩的整合营销

- **内容重点：**央视网记者直接化身“大馋丫头/大馋小子”
 - 与当地达人一起，打卡出片又美味的点位
 - 提供央视网独家“日咖夜酒”“早C晚A”逛吃攻略
- #央视网驻场XX品牌展位 #XX展位的创意玩法



权益展示

探会短视频

*权益展示仅供参考，以实际执行为准

趣味短片



竖屏灵动短视频 注入品牌元气



实地探访摊位 趣味互动引流量

线上互动送出品牌

专属礼包

线下约定“暗号”

发放专属福利



“老吃家”创意吃法设计

直播



总台央视网主持人+本地达人+
文旅局长开启直播



品牌
工厂

双线叙事 共创地标性创意植入+
工厂实地探访

消费节点 = 品牌心智切入口

消费节点

适用节点：消费节点

适用打法：调动国民情绪 + 消费动能放大

适用合作：定制类合作

需求
消费

春节

春季换季

家装旺季

开学季

秋冬换季

情绪
消费

非刚需买潮玩过生日社交小家电

Z时代的消费宣言：「及时行乐 | 把自己重新养了一遍」

春节前

情人节

妇女节

520

618

假期前

双11、双12

仪式
消费

春节

母亲节、父亲节

端午

毕业季

中秋

婚礼季

重阳节



「这一份 礼物 刚刚好」

「这一份礼物 刚刚好」元旦特别企划

情绪短片



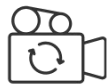
节点定位：1月初

元旦假期

旧年结束 新年伊始

走亲访友前的
“礼物焦虑期”

一门心思等过年



视频时长：2-3分钟

视频内容：一份“最懂中国人的送礼情绪说明书”

支持春节送礼节点像双11、双12这样卷起来！

在展望新年伊始之时，呈现不同关系的送礼场景（父母/朋友/同事/孩子/自己）。

品牌精神巧妙融入，产品深度植入，打响“国民仪式感”的第一声号召。



我得买点好东西哄自己上班上到过年！

权益展示

*权益展示仅供参考，以实际执行为准

场景故事串联 V l o g , 产品深度植入

知名运动员 / 明星



知名达人 / KOC



央视网主持人

品牌代言人
深度融合品牌价值
实现“短代”权益效果

央媒牵头
“下场”整活
引起年轻人的情感共鸣

KOL匹配度高达“99.98%”
联动达人平台账号
在年轻人的内容平台实现多重曝光

「光影里的年」

「光影里的年」春节特别企划

态度短片

节点定位：春节，2月中旬

深度冠名

非遗资源嫁接

国民情绪调动

视频时长：2-3分钟

视频内容：以“春节情绪 + 皮影记忆”破题，打造“懂中国人亲情仪式感”的情感大片，用皮影唤醒代际记忆，用陪伴回应春节核心情绪

亮点权益：央视网联合百年皮影世家“汪氏皮影”跨界打造，为品牌赋予**独家文化内涵**，在“团圆”的国民情绪里将**品牌形象**推向消费者认知高峰。

内容设计：老年大学“混学分选手”，因上课打瞌睡被反向“叫家长”的**爸**，轻度认知障碍，有点迷糊但热爱小人书的**妈**，在诙谐和悬念里，讲述“陪长辈找回热爱”的温情故事。（仅为示例）

权益展示

CCTV 央视网
com

态度短片

*权益展示仅供参考，以实际执行为准

六手联弹

CCTV 央视网
com

×

汪氏皮影
WANG'S SHADOW

×

品牌

内容深度定制

剧情定制

产品植入

片尾鸣谢

共创权益

宣发共创

周边共创

衍生公益活动

THE
DRAGON

Shadow puppet theater is beloved in China, being almost as old as time. As a magical cultural heritage, Wang's Shadow creates the fabulous "shadow" who took this shape - and has it standing in new generations to help those characters take flight.

国家级时刻，品牌级曝光

适用节点：两会

适用打法：创意融合，与时共振

适用合作：定制短视频

两会特别企划 - 定制视频

01

根据品牌特性
全面解读

02

产品软植入
重要画面同框

聚焦
关注

两会期间资讯、特辑内容**持续刷屏**，彰显总台新媒体强大的**引领力、传播力、影响力**。

合作案例 -



HUAWEI





以共时 达共识

期待合作

2025.10

